



# **Business Community**

Gestire il Capitale Intellettuale  
nella Net Economy

*Stefano Epifani*



<i>Introduzione dell'autore</i> .....	4
<b>Capitolo 1: Lo scenario di riferimento</b> .....	<b>7</b>
<i>Il contesto</i> .....	8
<i>Il ruolo della rete</i> .....	10
<i>Dal business all'e-business</i> .....	11
<i>Nuovi paradigmi per la vecchia economia</i> .....	13
<i>Cambiano le dinamiche di sviluppo</i> .....	15
<i>Checklist – Siamo orientati all'e-business?</i> .....	17
<b>Capitolo 2: Il Capitale Intellettuale</b> .....	<b>20</b>
<i>L'economia della conoscenza</i> .....	21
<i>Informazione e conoscenza</i> .....	22
<i>Organizzare l'informazione</i> .....	22
<i>Concetti chiave</i> .....	24
<b>Capitolo 3: Learning Organization</b> .....	<b>29</b>
<i>Knowledge Management</i> .....	30
<i>Limiti del Knowledge Management</i> .....	30
<i>L'organizzazione che impara</i> .....	33
<i>Knowledge e learning</i> .....	34
<i>Checklist – Quale cultura organizzativa?</i> .....	36
<b>Capitolo 4: Pensare la Business Community</b> .....	<b>38</b>
<i>Oltre la learning organization</i> .....	39
<i>Dalla Community of Practice</i> .....	40
<i>... alla Rete delle reti</i> .....	42
<i>Nasce la Virtual Community</i> .....	42
<i>La comunità virtuale per il business</i> .....	44
<i>Verso nuovi paradigmi</i> .....	47
<i>Fattori di successo</i> .....	49
<b>Capitolo 5: Anatomia della Business Community</b> .....	<b>51</b>
<i>Non è tutt'oro</i> .....	52



<i>Prima regola: l'integrazione</i> .....	53
<i>La gestione dell'informazione</i> .....	54
<i>La gestione dell'interazione</i> .....	59
<i>La gestione dei servizi</i> .....	63
<i>"Dietro" la Comunità Virtuale</i> .....	68
<b>Capitolo 6: Quale Business Community?</b> .....	<b>73</b>
<i>Ecosistemi virtuali</i> .....	74
<i>Knowledge Community</i> .....	76
<i>Project Community</i> .....	77
<i>Professional Community</i> .....	78
<i>Learning Community</i> .....	79
<i>Customer Community</i> .....	81
<b>Capitolo 7: Progettare la Business Community</b> .....	<b>83</b>
<i>Costruire la comunità</i> .....	84
<i>L'evoluzione della specie</i> .....	84
<i>Le fasi di sviluppo</i> .....	85
<i>I principi di base</i> .....	92
<i>10 passi verso la comunità virtuale</i> .....	95
<b>Capitolo 8: Le fasi della progettazione</b> .....	<b>104</b>
<i>Progettare necesse est</i> .....	105
<i>Prima di cominciare</i> .....	106
<i>Le risorse umane</i> .....	107
<i>Le specifiche funzionali</i> .....	109
<i>Il progetto editoriale</i> .....	112
<i>Le specifiche tecniche</i> .....	116
<i>I costi</i> .....	122
<i>Checklist: Community ready?</i> .....	125
<i>Glossario</i> .....	128
<i>Bibliografia</i> .....	132

## Introduzione

Questo breve testo ha l'obiettivo (ambizioso?) di illustrare come i mutati scenari del business abbiano trasformato il modo di concepire il valore delle cose, dei beni, delle aziende, e come tale mutamento abbia influenzato i sistemi di gestione della conoscenza ed il suo ruolo stesso quale strumento strategico per lo sviluppo del business.

Indubbiamente, infatti, lo sviluppo delle tecnologie unito ai processi di internazionalizzazione in corso, ha fatto sì che il modo di concepire l'informazione, le modalità di gestione della conoscenza, gli obiettivi stessi del knowledge management siano stati letteralmente rivoluzionati.

Schematizzando e semplificando al massimo il pensiero, quanto detto nelle prossime pagine parte dalle seguenti valutazioni:



Figura 1



Non è mia intenzione fornire, con questo testo, una “nuova bibbia” del knowledge management, o dare una nuova chiave di lettura dell’organizzazione aziendale; sono però convinto che l’adozione di strumenti nuovi di gestione del sapere sia fondamentale per mantenere la propria posizione di mercato nel contesto competitivo della Net Economy. In altre parole: il cambiamento è fondamentale per sopravvivere, indispensabile per crescere.

Il **capitolo I** è dedicato ad una descrizione dello scenario competitivo nel quale le aziende operanti nel settore dell’e-business si trovano a dover agire. L’evoluzione dell’e-business ha fatto sì che il business non segua più strade prettamente evolutive, ma si muova per salti, spesso dettati da variabili di difficile identificazione.

In questo contesto, il **capitolo II** illustra il concetto di Capitale Intellettuale ed il suo ruolo nell’ambito dello sviluppo dell’azienda, soffermandosi su una sua descrizione e sull’impatto della Net Economy nei suoi processi di gestione e creazione.

Cambia il ruolo dei sistemi di knowledge management, che si trasformano da piattaforme sviluppate per utilizzare le informazioni del passato nel tentativo di aiutare gli utenti a prevedere il futuro a strumenti di supporto che aiutino le aziende nell’anticipare le sorprese portate dall’evoluzione economica e tecnologica. Diviene centrale il ruolo delle Learning Organization. È – questo – l’argomento del **capitolo III**.

Il **capitolo IV** illustra come uno strumento fondamentale nell’ambito della Learning Organization sia rappresentato dalle comunità di pratica. Il knowledge management non deve supportare nell’*“archiviazione del sapere passato”*, ma nel processo di creazione del sapere attuale e futuro, fornendo gli strumenti di interazione e di informazione necessari per favorire tale processo. La Business Community in tal senso, in un contesto di rete, si configura come lo strumento ideale.

Nel **capitolo V** è descritta l’anatomia di un sistema di Business Community, che viene esaminato nei suoi aspetti collegati ai processi di informazione, di interazione e di servizio. Il valore aggiunto apportato dalla comunità virtuale rispetto ai sistemi tradizionali di knowledge management viene di volta in volta messo in evidenza.

Il **capitolo VI** illustra le diverse modalità nelle quali una business community può svilupparsi e come – relativamente a ogni modalità – vari l’assetto dei servizi presenti.

Il **capitolo VII** illustra i principi alla base della progettazione di una comunità virtuale mettendo in evidenza i dieci step fondamentali da tenere in considerazione quando si decide di realizzare una business community all’interno della propria organizzazione.

Il **capitolo VIII** si sofferma nell’indicazione dei passaggi fondamentali per realizzare una business community, partendo dalla definizione degli obiettivi per arrivare alla redazione del progetto esecutivo.



Non mi resta, a questo punto, che lasciarvi alla lettura di quello che non vuole configurarsi come un “manuale di istruzioni” per la costruzione di una comunità virtuale, attività che richiede una attenta analisi delle esigenze specifiche ed una forte attività di contestualizzazione rispetto alla struttura di riferimento, ma come un testo che ha l’obiettivo di mostrare un orizzonte aperto dallo sviluppo dei sistemi di e-business. E-business che da una parte ha modificato le regole del gioco, dall’altra ha fornito gli strumenti operativi per giocare con successo.

Il risultato della partita, naturalmente, dipenderà dall’abilità dei giocatori in campo.

Buona lettura,

Stefano Epifani  
